融合发展视域下高校校报转型路径研究

摘　要：高校校报经过百余年的发展，目前在新媒体兴起、纸媒没落的大环境下，发展面临严峻的考验。为了更好地肩负起高校校报的文化育人使命，校报必须要通过媒体融合做好转型工作。在融合过程中，校报要注意扬长避短，坚守立场，发挥优势，走差异化融合之路，同时吸取新媒体的优点，突破“纸媒”的局限，与新媒体融合互动，形成融为一体的发展效果，充分发挥校园主流媒体的宣传作用，实现育人功能。

关键词：融合；校报；转型
中图分类号：G237.5　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）12-029-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.008

文 / 梁莹

我国最早的校报一说是 1897 年创刊的《湘学新报》，[1] 一说是 1895 年创刊的天津北洋大学的《北洋大学校刊》。[2] 高校校报从 19 世纪末诞生至今已走过了百年发展历程，成为高校思想引领和校园文化展示的重要阵地。目前，在北京华文网络报纸软件开发有限公司开发的中国高校校报展示平台中，收录有 1600 多所高校的校报（含内刊），展示了高校校报繁荣发展的一面。但是，随着互联网技术和新媒体的迅猛发展，高校校报也面临着发展的困境，从繁荣逐渐转向无人问津的境地，有的高校甚至停止了校报编印工作。习近平总书记曾指出宣传思想工作要有“明者因时而变，知者随事而制”的意识，高校校报要继续坚守文化育人使命，必须要适应新形势的发展，全面地与各类新媒体融合发展，才能在未来赢得话语权。

1. 高校校报面临的主要问题

1.1 受传统纸媒发展困境的大环境影响

从微博、微信等新媒体投入市场起，传统纸媒就开始受到巨大的冲击，近几年，更有一大批传统老牌纸媒，如《京华时报》《上海壹周》《外滩画报》《东方早报》等相继停刊，导致“纸媒消亡”的论调甚嚣尘上。高校校报与校外纸媒一样面临同样的问题。校报在新闻时效性、互动性、视觉和内容吸引力等多方面都落后于新媒体，传播范围也相对更封闭。目前的 90 后、00 后青年学生被称为“网络原住民”“竖屏一代”，他们更习惯于通过网络媒介获取资源，校报的纸质形式、略显严肃的语言风格以及有些“新闻联播”式的内容，都已不能满足他们的需求。

1.2 高校新媒体的崛起对校报编印资源的挤压

和新媒体发布的简便迅捷不同，校报的编印流程较为复杂，需要投入较多的人力和时间，报纸印刷又需要资金成本，与投入相比，校报的效果产出却不尽如人意。与高校官网、官微相比，校报的传播效果、传播速度和传播范围等明显落后许多。一些高校认为建设校报的性价比不高，逐渐采取拉长出版周期，或索性停刊的做法。许多高校更愿意把人力、政策和资金等投入本校官方微博、微信的建设中。校报工作在本校能获得的资源越来越少，被边缘化的趋势越来越明显。

2. 高校校报转型的方向分析

在讨论“纸媒消亡”论时，高校校报编辑也常思考校报的未来发展，思考高校校报是否还有办下去的必要，校报是否也同样会消亡。笔者认为，校报作为非商业性报纸，和盈利性纸媒一样具有纸媒共性，但也有校报的特性，这些特性将是校报未来发展的生长点。校报在与其他媒介的融合发展过程中应注意扬长避短，更好地发挥自身的不可替代性，成为融媒体中不可或缺的部分。

2.1 校报的权威性、历史价值无法替代

校报严格的内容审核及纸质印刷的严肃性，在信息权威性上要明显高于随时可以修改、删除的微博、微信等新媒体。且对高校校报来说有一批非常重要、稳定的退休教师、老龄教师读者群，他们仍然习惯于阅读报纸，是校报的忠诚粉丝。同时，许多高校都有自己的档案馆和校史馆，校报作为记录本校发展的载体，是见证校史的最好实物，具有较高的历史保存价值，纸质载体也更方便存档和查阅。许多高校在重要节庆日，比如校庆日等，会专门在校报做专版庆祝，这类重要的校报专刊对师生、校友等来说具有珍贵的收藏意义。这是微博、微信无法比拟的，校报的存档便捷性和史料价值。

2.2 深入阅读有碎片化阅读无法替代的作用

微博、微信的兴起助推了碎片化阅读的趋势，但是碎片化阅读能提供的阅读体验是快餐式的，阅读获得的知识也是浅表性的。高校师生作为高知群体，相对社会人群来说，他们更习惯于深入、系统的信息获取方式，新媒体带来的信息快速流动感并不能完全替代纸质载体的深入阅读体验。这也为校报发展提示了未来的发展空间和转型方向，要抓住高知群体的阅读吸引力，就要与新媒体走差异化路线，在深入阅读体验上下功夫，强化自身专业化的核心竞争力。

3. 高校校报转型的路径探索

3.1 差异化融合：改变传统的内容生产模式

校报作为纸质报纸，注定其天生传播速度不敌依靠网络传播的新媒体，新闻机器人、算法推荐新闻等新兴技术的出现，更加速了网络新媒体的传播速度，改变了新闻生产的传统生态样式和生产模式。我们注意到，现

在许多重大新闻，通常都首先发源于网络，通过网络社交媒体成几何倍数增长的传播，形成强大的舆论效应后，再被电视、报纸等传统媒体采用。从目前形势看，网络新媒体将是新闻报道中始终“快人一步”的先行者，校报作为纸媒在新闻生产的速度上无法与之抗衡。但是，正因为网络新媒体求新求快的新闻生产模式，有时会陷入未等查明事实就发布的情况，引出后续许多所谓的“反转”新闻。网络新媒体所缺乏的严谨可靠的特性，正是校报所具备的。

在校园媒体的融合过程中，对各媒介不应简单地作表面融合，而是应该发挥各个媒介的优势。在融合过程中，校报不应该是被舍弃的媒介，而是要注意坚持自身的特性，走差异化融合的道路，更大程度地发挥自己原本的优势，主要是要与新媒体的碎片化内容形成差异。一是对新媒体内容做事后整合总结。在开学迎新、毕业典礼、运动会等重大校园文化活动中，本校的官方微博、微信账号，可以在第一时间做活动的现场直播、活动动态信息发布等，营造热烈氛围。在活动结束后，校报可以对官微等新媒体发布的信息进行总结和整合，形成综合性的专题报道。二是利用大数据有针对性地对重点受欢迎内容进行热度传播。新媒体都有阅读量、转发量等数据显示，校报可重点选取官微、官博或视频等高阅读、转发量的信息内容，根据大数据所体现的读者喜好，对内容做归纳、分类，形成如人物篇、花絮篇、幕后篇等专题内容，在“蹭热度”的基础上，生产新的热度内容。三是对内容进行“深耕细作”式的挖掘和创新。在新闻生产线上校报位于传播时间线的末端，虽然损失了新鲜度，但赢得了对内容进行挖掘和创新的时间。校报对内容不应局限于事件本身，而应站在思想政治教育、校园文化建设、教育教学管理等更高站位对内容进行深入思考和二次创新，提高角度切入的新颖性、内容层次的深刻性等，从而增加校报内容的价值。

3.2 融合发展：形成多媒介互动的融合传播模式

许多新媒体主要依托手机的便捷性，利用网络技术突破时空限制，带给读者更多视觉、听觉上的感官享受，且读者可以通过手机利用碎片化时间，随时随地进行阅读、保存、转发等操作。媒体形态上的发展是与时俱进的，校报作为纸质媒介，也可以突破“纸质”限制，融入网络新媒体中。

在传播形态上，校报应抓住新媒体的传播优势。校报可以开发自己的电子版报纸、校报微信公众号、校报微博账号等，将校报内容通过新媒体进行传播。《中国传媒大学校报》《北理校报》（北京理工大学珠海学院）、《山东理工大学报》等不少校报都开通了微信、APP 等阅读功能。校报与新媒体的融合，适应了新时代师生的阅读习惯，突破了传统纸媒的形态限制。同时，校报也可以嵌入本校其他媒介中做好宣传。目前，中国高校校报展示平台及一些高校官网已实现以电子化的形式对校报进行展示，并且可以对电子校报提供二维码，方便读者进行扫码阅读。校报的二维码或电子版链接网址，可以嵌入微博、微信等新媒体中，在内容上，弥补官微、官博的内容碎片化缺陷，作好深入阅读的补充，提升官微、官博的品质。

另一方面，校报在内容编辑时，也可以将官微、官博的一些视频、动图等影音类内容以二维码形式编印在校报中，让校报读者在阅读纸质校报时，不仅能阅读平面图文，还能观看影音图像等，为读者增加新的阅读体验，让校报的传播形式更加多元化。这样校报与新媒体通过传播形态到内容的互补、互动，推动校园传统媒体与新媒体的充分融合，真正实现习总书记要求的“融为一体、合而为一”融合发展效果。

3.3 改革与坚守：转作风改文风强化文化育人功能

向新媒体“取经”，做好改革。无论媒介形式和技术如何发展，对于宣传工作和媒体而言，内容始终是第一生产力。校报不能将自身视为官网、官微等校园媒体的单纯摘录者或二次传声筒，也不应有官僚化的办报心理。习近平总书记曾在新闻舆论工作座谈会上强调，新闻舆论工作者要转作风改文风，俯下身、沉下心，察实情、说实话、动真情，努力推出有思想、有温度、有品质的作品。校报应以习总书记的要求为指导，对一些有代表性、成功的新媒体账号进行内容和运营的分析、学习。在内容上，以师生需求为导向，减少不必要的会议、领导考察访问等内容报道，增加贴近师生生活的教学、学习、求职、情感类内容的专题报道；在语言风格上，适量使用青年学生喜爱的网络化语言；在报道节点上，抓住校园生活中开学、毕业、求职、晚会活动等各类重要日期、活动，通过各种手段加强校报内容的亲和力。

坚守办报初心，发挥舆论引导力。校报在学习新媒体优点的同时，也要注意规避新媒体的一些常见问题。新媒体为大众提供了海量信息，但同时，为了能在海量信息中脱颖而出，一些新媒体编辑或管理员因片面追求网络流量和曝光率，会采用“标题党”“哗众取宠”等策略，以迎合大众的一些低级趣味。以流量为导向的网络新媒体有时会在舆论导向上发生立场、价值观的根本性错误问题。校报作为高校宣传阵地的重要组成部分，以宣传社会主义核心价值观，助推高校完成立德树人、以文化人的使命为己任，要时刻注意在融合过程中坚持自身作为校报校刊的根本立场和指导思想，正确把握校园主流舆论的方向，充分提升校报在师生中的传播影响力。媒

参考文献

[1] 魏国英，方延明，汤继强 . 中国高校校报史略 [M]. 北京：北京大学出版社，2010（1）.

[2] 张潇潇 . 高校校报在信息传播多元化背景下生存发展的对策 [J]. 重庆工学院学报（社会科学版），2008（1）：179-182.

（作者单位：浙江同济科技职业学院）